

PENGUKURAN KESENJANGAN KINERJA ANTARA SUPPLIER DENGAN CUSTOMER PADA RANTAI PASOKAN JASA PENDIDIKAN TINGGI MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL

**Hagai Nicholas Ginting¹⁾, Agung Sutrisno²⁾, Jefferson Mende³⁾
Jurusan Teknik Mesin Universitas Sam Ratulangi**

ABSTRACT

Performance is the key to measure the quality of service. On the other side an increase in the quality of service is one of the keys to winning the competition.

The purpose of this study is measuring the service quality of services at the college using SERVQUAL. SERVQUAL method itself is a method to measure services through five dimensions namely Tangibels, Empathy, Reliability, Responsiveness and Assurance.

The results of using SERVQUAL method from 25 variables obtained dimensions that has the biggest gap is Tangibels, Empathy, and Responsiveness.

Keywords: Performance, SERVQUAL, Quality Gap

ABSTRAK

Kinerja adalah kunci utama untuk mengukur kualitas pelayanan. Disisi yang lain peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur pelayanan kualitas jasa pada perguruan tinggi menggunakan metode *SERVQUAL*. Metode *SERVQUAL* sendiri merupakan sebuah metode untuk mengukur pelayanan jasa melalui lima dimensi yaitu *tangibels*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*.

Hasil pengukuran menggunakan metode *SERVQUAL* dari 25 atribut didapatkan dimensi dengan kesenjangan terbesar yaitu *Tangibels*, *Empathy*, dan *Responsiveness*.

Kata Kunci: Kinerja, *SERVQUAL*, Kesenjangan kualitas

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dibidang pendidikan pada saat ini membutuhkan faktor kinerja. kinerja merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Menurut *Mangkunegara* (2000), kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Penilaian kinerja pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien. Menurut *Mathis dan Jackson* (2006) untuk meningkatkan suatu kinerja, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan seperti kemampuan, motivasi, dukungan yang diterima, dan lain lain. Apabila faktor-faktor tersebut terpenuhi maka kinerja tersebut akan baik dan meningkatkan penilaian. Penilaian kinerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan karena melalui penilaian tersebut dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang bagaimana kinerja karyawan. Disisi yang lain peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan. Dengan demikian diperlukan suatu studi untuk mengukur kualitas pelayanan untuk mendukung upaya untuk memperbaiki daya saing.

Terkait dengan keadaan di atas, dalam penelitian tugas akhir ini penulis tertarik menggunakan metode *SERVQUAL* untuk mengetahui kesenjangan kinerja antara supplier dengan customer dimana *supplier* itu orang tua dan *customer* itu alumni pada jasa pendidikan tinggi dengan studi kasus pada pendidikan tinggi di Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mengukur kinerja kualitas pendidikan tinggi di Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi dengan metode *SERVQUAL* ?
2. Dari metode *SERVQUAL* yang diterapkan dimensi kualitas yang manakah yang paling besar kesenjanganannya sehingga perlu diprioritaskan perbaikannya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mencapai penelitian agar sesuai dengan rumusan masalah maka dibuatlah tujuan penelitian, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kesenjangan kualitas jasa pendidikan Tinggi antara harapan pelanggan dengan kenyataan manajemen (*Gap* satu).
2. Untuk mengetahui kesenjangan kualitas jasa pendidikan tinggi antara harapan spesifikasi kualitas pelayanan dengan kenyataan manajemen (*Gap* dua).
3. Untuk mengetahui kesenjangan antara harapan dan kenyataan kualitas jasa pendidikan tinggi pada *supplier* (*Gap* lima).

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis memberikan batasan pada penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian dilaksanakan di Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado.
2. Objek penelitian meliputi orangtua siswa, dosen jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado dan alumni Jurusan Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado.

3. Metode yang digunakan adalah metode *SERVQUAL*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui tinggi rendahnya kualitas pelayanan sehingga dapat ditentukan dimensi mana yang harus dipentingkan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan kinerja di Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Jasa

Menurut Tjiptono yang dikutip oleh Aris (2014), perbedaan secara tegas antara barang dan jasa seringkali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang seringkali disertai dengan jasa-jasa tertentu (misalnya instalasi, pemberian garansi, pelatihan dan bimbingan operasional, perawatan, dan reparasi) dan sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya (misalnya makanan di restoran, telepon dalam jasa telekomunikasi). Meskipun demikian bukan berarti tidak ada definisi yang jelas tentang jasa. Berikut ini adalah beberapa definisi tentang jasa.

Menurut Kotler yang dikutip oleh Aris (2014), mendefinisikan jasa sebagai "Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu".

Menurut Supranto yang dikutip oleh Aris (2014), kemudian menyimpulkan bahwa jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan

daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

2.1.1 Karakteristik jasa

Menurut Kotler yang dikutip oleh Aris (2014), ada empat karakteristik utama jasa yaitu :

1. Tidak berwujud

Jasa tidak memiliki bentuk fisik yang dapat diraba, dirasa, dilihat, didengar atau dicium sebelum dibeli. Tetapi kita dapat menikmatinya setelah membelinya.

2. Tidak terpisahkan

Pada umumnya jasa diproduksi dan digunakan secara bersamaan karena jasa tidak memiliki wujud sehingga tidak dapat disimpan. Ciri khusus dari pemasaran jasa yaitu adanya interaksi antara penyedia jasa dengan klien sebab penyedia jasa merupakan bagian dari jasa. Dengan demikian, baik penyedia jasa maupun klien mempengaruhi kualitas jasa.

3. Bervariasi

Karena bergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa dilakukan, maka jasa sangat bervariasi. Pembeli jasa sangat menyadari variabilitas yang tinggi ini dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih seorang atau lembaga penyedia jasa.

4. Mudah lenyap

Jasa tidak dapat disimpan. Namun ini tidak akan menjadi masalah jika jumlah permintaan tetap atau cenderung meningkat telah ada persiapan pengelolaan staf untuk menyediakan jasa.

2.1.2 Dimensi kualitas jasa

Melalui serangkaian penelitian, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dikutip oleh Aris (2014), menyusun lima dimensi utama kualitas jasa yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. **Bukti fisik (*tangibles*)**, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan instansi, serta penampilan karyawan.
2. **Reliabilitas (*reliability*)**, berkaitan dengan kemampuan instansi untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. **Daya tanggap (*responsiveness*)**, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. **Jaminan (*assurance*)**, yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap instansi dan instansi bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya.
5. **Empati (*empathy*)**, dimana instansi memahami masalah konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

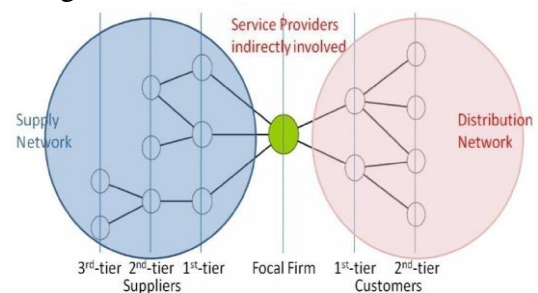
2.2 Rantai Pasok

Rantai pasok (*supply chain*) adalah sistem yang mencakup pelaku, pemasok, pembuat, transportasi, distributor, *vendor*, dan penjamin yang diciptakan untuk mengubah bahan dasar menjadi suatu produk dan memasok produk tersebut kepada pengguna sesuai nilai yang diminta. Oleh karena itu, penguasaan

rantai pasok harus mencakup seluruh pihak yang terlibat dalam mensuplai sumber daya mulai dari hulu hingga hilir rantai kegiatan (Natsir, 2016).

2.2.1 Model rantai pasok

Secara umum, sistem jaringan pasokan dan penggunaan/pemanfaatan produk manufaktur tersebut terbagi dalam tiga area yaitu pemasok utama (*vocal firm*), para pemasok dan para pelanggan yang digambarkan oleh Martin Christopher dikutip oleh Natsir (2016), sebagai berikut:



Gambar 2.1 Sistem Jaringan Rantai Pasok (Natsir, 2016)

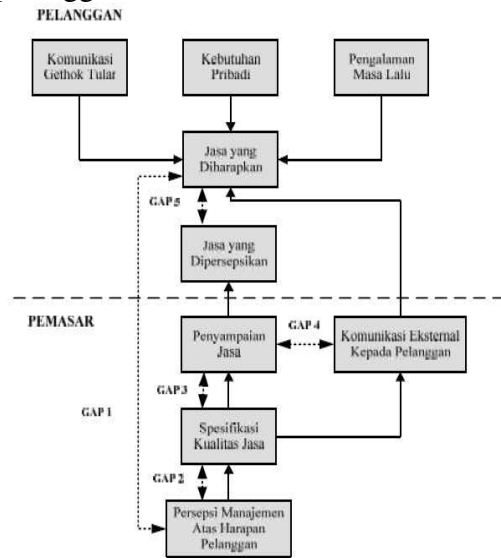
2.3 Metode SERVQUAL

Dalam SERVQUAL, kualitas jasa didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa, sedangkan menurut Parasuraman dikutip Astuti (2007), definisi kualitas layanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan.

2.3.1 Model Servqual

Menurut Kotler dikutip oleh Astuti (2007), mengembangkan *conceptual model of service quality*. Mereka merumuskan sebuah model kualitas pelayanan yang menyorot persyaratan-

persyaratan utama agar dapat menyajikan kualitas pelayanan yang dikehendaki. Menurut model ini, terdapat lima kesenjangan (*gap*) yang membuat perusahaan tidak mampu memberikan pelayanan yang bermutu kepada para pelanggan.



Gambar 2.2 Model kualitas jasa (Astuti, 2007)

2.3.2 Perhitungan *SERVQUAL*

Pengukuran kualitas jasa dalam model *SERVQUAL* ini didasarkan pada skala yang dirancang untuk mengukur skor harapan dan kenyataan dari kuesioner, serta kesenjangan (*gap*) pada lima dimensi kualitas jasa. Kelima dimensi dijabarkan dalam beberapa pernyataan untuk variabel harapan dan variabel kenyataan berdasarkan skor *likert*.

Perhitungan terhadap nilai *servqual* adalah sebagai berikut :

1) Perhitungan harapan pelanggan mengenai pelayanan jasa :

$$\sum y_i = (\sum STS \times 1) + (\sum TS \times 2) + (\sum BS \times 3) + (\sum S \times 4) + (\sum SS \times 5) \quad (2.1)$$

dimana :

$\sum y_i$ =Jumlah bobot pernyataan harapan variabel ke-i

$\sum STS$ =Jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju

$\sum TS$ =Jumlah responden yang memilih jawaban tidak setuju

$\sum BS$ =Jumlah responden yang memilih jawaban biasa saja

$\sum S$ =Jumlah responden yang memilih jawaban setuju

$\sum SS$ =Jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju

1,2,3,4,5= Skor untuk skala *Likert*

2) Perhitungan kenyataan pelanggan mengenai pelayanan jasa :

$$\sum x_i = (\sum STS \times 1) + (\sum TS \times 2) + (\sum BS \times 3) + (\sum S \times 4) + (\sum SS \times 5) \quad (2.2)$$

dimana :

$\sum x_i$ = Jumlah bobot pernyataan kenyataan variabel ke-i

$\sum STS$ = Jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju

$\sum TS$ = Jumlah responden yang memilih jawaban tidak setuju

$\sum BS$ = Jumlah responden yang memilih jawaban biasa saja

$\sum S$ = Jumlah responden yang memilih jawaban setuju

$\sum SS$ = Jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju

1,2,3,4,5 = Skor untuk skala *Likert*

3) Perhitungan rata-rata jawaban responden untuk pernyataan harapan :

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum y_i}{n} \quad (2.3)$$

dimana :

\bar{Y}_i = Rata-rata jawaban responden untuk pernyataan harapan ke-i

$\sum y_i$ = Jumlah bobot jawaban pernyataan variabel ke-i

n = Jumlah responden

4) Perhitungan rata-rata jawaban responden untuk pernyataan kenyataan variable :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum x_i}{n} \quad (2.4)$$

dimana :

\bar{X}_i =Rata-rata jawaban responden untuk pernyataan kenyataan ke-i

$\sum x_i$ =Jumlah bobot jawaban pernyataan variabel ke- i

n = Jumlah responden

5) Perhitungan Kesenjangan antara harapan dan kenyataan dalam metode *SERVQUAL* :

$$SQ_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i \quad (2.5)$$

dimana :

SQ_i = Nilai *gap* variabel ke-i

\bar{X}_i = Nilai rata-rata kenyataan variabel ke-i

\bar{Y}_i = Nilai rata-rata harapan variabel ke-i

6) Perhitungan rata-rata jawaban per dimensi untuk pernyataan harapan :

$$\bar{X}D_i = \frac{\sum \bar{X}V_i}{n} \quad (2.6)$$

dimana :

$\bar{X}D_i$ = Rata-rata dimensi variabel ke-i untuk harapan

$\sum \bar{X}V_i$ = Jumlah nilai rata-rata variabel pernyataan per dimensi ke-i harapan

n = Jumlah pernyataan per dimensi

7) Perhitungan rata-rata jawaban per dimensi untuk pernyataan kenyataan :

$$\bar{Y}D_i = \frac{\sum \bar{Y}V_i}{n} \quad (2.7)$$

dimana :

$\bar{Y}D_i$ = Rata-rata dimensi variabel ke-i untuk kenyataan

$\sum \bar{Y}V_i$ = Jumlah nilai rata-rata variabel pernyataan per dimensi ke-i kenyataan

n = Jumlah pernyataan per dimensi

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado

dengan jangka waktu empat bulan, yaitu bulan Mei – Agustus 2016.

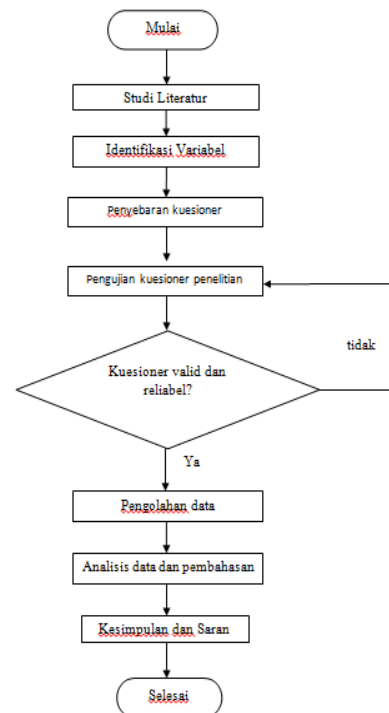
3.2 Bahan dan Peralatan

Bahan yang menjadi objek penulisan ini adalah berupa data hasil kuesioner dan peralatan yang digunakan adalah sebuah laptop dan aplikasi penunjang *SPSS 16.0*

3.3 Prosedur Penelitian

Penelitian ini dapat dilaksanakan secara sistematis dan terstruktur, maka pelaksanaannya dengan prosedur penelitian seperti pada gambar 3.1.

3.4 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alir Prosedur Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner penelitian disebarkan pada setiap populasi dengan total 72 sampel. Metode Pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan

jumlah yang proposional untuk setiap populasi. Berikut adalah tabel identifikasi data sampel yang diperoleh :

Tabel 4.1 Identifikasi data sampel keseluruhan

Populasi	Jumlah sampel
orangtua	30
dosen	12
alumni	30
total	72

Tabel 4.2. Variabel pernyataan kualitas pelayanan tiap dimensi

No	Pernyataan
TANGIBELS (Bukti Fisik)	
1.	Ruang kelas yang nyaman
2.	Keindahan lingkungan fakultas
3.	Kebersihan kampus
4.	Akses jalan menuju universitas
5.	Fakultas memberikan fasilitas yang lengkap
6.	Fakultas memudahkan dalam membayar uang kuliah
7.	Penampilan dosen dan pegawai rapi dan sopan
8.	Fakultas harus memberikan perhatian individual kepada setiap mahasiswanya
EMPATHY (Empati)	
9.	Jurusan harus memiliki waktu kegiatan kuliah yang nyaman
10.	Fakultas harus mementingkan kebutuhan mahasiswa
11.	Pegawai fakultas memberikan senyum saat melayani mahasiswa
12.	Pegawai fakultas melayani cepat dan sopan
13.	Pegawai tidak mengintimidasi mahasiswa
14.	Bila mahasiswa mendapat masalah, fakultas harus menunjukkan sikap simpatik
RELIABILITY (Keandalan)	

15.	Dosen dapat diandalkan untuk memberikan pelajaran yang tepat
16.	Dosen datang tepat waktu
17.	Fakultas memiliki dosen yang
RESPONSIVENESS (Daya Tanggap)	
18.	Apabila menerima masalah, fakultas siap menerima masukan
19.	Karyawan fakultas tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon keluhan mahasiswa
20.	Informasi seputar perkuliahan mudah didapatkan mahasiswa
21.	Prosedur pelayanan fakultas yang diterapkan mudah untuk dilaksanakan mahasiswa
ASSURANCE (Jaminan)	
22.	Data akademis aman dan mudah diakses
23.	Keamanan lingkungan fakultas
24.	Keterampilan dan pengetahuan banyak diperoleh di fakultas
25.	Karyawan/dosen fakultas memiliki pengetahuan untuk dapat selalu menjawab

4.2 Hasil Pengolahan Data

Pengolahan data ini merupakan hasil yang diperoleh dari kuesioner sesudah di uji valid dan uji reliabel. Berikut merupakan hasil pengolahan data didapatkan :

A. Gap satu

Sehubungan dengan kesenjangan (*gap*) satu ini merupakan harapan pelanggan disini yaitu *supplier* (orangtua) dan kenyataan manajemen (dosen). Berikut ini merupakan nilai rata-rata kesenjangan antara harapan pelanggan (orangtua) dan kenyataan manajemen (dosen) terhadap variabel pernyataan kualitas pelayanan.

Tabel 4.3 Nilai kesenjangan (*gap*) satu

Va ria	Harapan pelayanan	Kenyataan pelayanan	Nilai <i>gap</i>
-----------	----------------------	------------------------	---------------------

bel	nilai pem bobotan	rata-rata harapan	nilai pem bobotan	rata-rata kenyataan	satuan
1	139	4.63	38	3.17	-1.46
2	137	4.56	35	2.92	-1.64
3	139	4.63	42	3.50	-1.13
4	136	4.53	45	3.75	-0.78
5	141	4.70	38	3.17	-1.53
6	138	4.60	43	3.58	-1.02
7	134	4.46	46	3.83	-0.63
8	137	4.56	38	3.17	-1.39
9	136	4.53	41	3.42	-1.11
10	135	4.50	42	3.50	-1.00
11	135	4.50	40	3.33	-1.17
12	137	4.56	39	3.25	-1.31
13	136	4.53	42	3.50	-1.03
14	136	4.53	41	3.42	-1.11
15	137	4.56	44	3.67	-0.89
16	138	4.60	44	3.67	-0.93
17	142	4.73	49	4.08	-0.65
18	138	4.60	39	3.25	-1.35
19	132	4.40	45	3.75	-0.65
20	135	4.50	44	3.67	-0.83
21	135	4.50	38	3.17	-1.33
22	136	4.53	46	3.83	-0.70
23	138	4.60	43	3.58	-1.02
24	138	4.60	41	3.42	-1.18
25	135	4.50	46	3.83	-0.67

B. Gap dua

Pengolahan data selanjutnya yaitu menghitung kesenjangan (*gap*) dua yaitu kesenjangan antara kenyataan manajemen dan harapan kualitas dari sudut pandang pelanggan yaitu alumni. Berikut ini merupakan nilai rata-rata harapan spesifikasi kualitas jasa dalam sudut pandang pelanggan dengan kenyataan manajemen terhadap variabel pernyataan kualitas pelayanan.

Tabel 4.4 Nilai rata-rata kesenjangan (*gap*) dua

Variabel	Harapan pelayanan		Kenyataan pelayanan		Nilai Gap dua
	nilai pembobotan	rata-rata harapan	nilai pembobotan	rata-rata kenyataan	
1	139	4.63	106	3.53	-1.10
2	137	4.56	112	3.73	-0.83

	n	pan	n	ataan	
1	139	4.63	38	3.17	-1.46
2	135	4.50	35	2.92	-1.58
3	139	4.63	42	3.50	-1.13
4	138	4.60	45	3.75	-0.85
5	141	4.70	38	3.17	-1.53
6	138	4.60	43	3.58	-1.02
7	132	4.40	46	3.83	-0.57
8	130	4.30	38	3.17	-1.13
9	138	4.60	41	3.42	-1.18
10	134	4.46	42	3.50	-0.96
11	138	4.60	40	3.33	-1.27
12	142	4.73	39	3.25	-1.48
13	136	4.53	42	3.50	-1.03
14	132	4.40	41	3.42	-0.98
15	142	4.73	44	3.67	-1.06
16	142	4.73	44	3.67	-1.06
17	143	4.76	49	4.08	-0.68
18	140	4.67	39	3.25	-1.42
19	139	4.63	45	3.75	-0.88
20	139	4.63	44	3.67	-0.96
21	140	4.67	38	3.17	-1.50
22	141	4.70	46	3.83	-0.87
23	137	4.56	43	3.58	-0.98
24	142	4.73	41	3.42	-1.31
25	138	4.60	46	3.83	-0.77

C. Gap Lima

Pengolahan data selanjutnya yaitu menghitung Kesenjangan (*gap*) lima yaitu harapan mengenai pelayanan jasa terhadap kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan (orang tua). Dan berikut ini merupakan nilai rata-rata harapan pelanggan mengenai pelayanan jasa terhadap kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan (*gap* lima) terhadap variabel pernyataan kualitas pelayanan.

Tabel 4.5 Nilai rata-rata kesenjangan (*gap*) lima

Variabel	Harapan pelayanan		Kenyataan pelayanan		Nilai gap lima
	nilai pem bobotan	rata-rata harapan	nilai pem bobotan	rata-rata kenyataan	
1	139	4.63	106	3.53	-1.10
2	137	4.56	112	3.73	-0.83

3	139	4.63	113	3.76	-0.87
4	136	4.53	116	3.86	-0.67
5	141	4.70	110	3.66	-1.04
6	138	4.60	118	3.93	-0.67
7	134	4.46	124	4.13	-0.33
8	137	4.56	111	3.70	-0.86
9	136	4.53	115	3.83	-0.70
10	135	4.50	107	3.56	-0.94
11	135	4.50	101	3.36	-1.14
12	137	4.56	111	3.70	-0.86
13	136	4.53	107	3.56	-0.97
14	136	4.53	109	3.63	-0.90
15	137	4.56	121	4.03	-0.53
16	138	4.60	111	3.70	-0.90
17	142	4.73	125	4.16	-0.57
18	138	4.60	112	3.73	-0.87
19	132	4.40	102	3.40	-1.00
20	135	4.50	115	3.83	-0.67
21	135	4.50	110	3.60	-0.90
22	136	4.53	114	3.80	-0.73
23	138	4.60	103	3.43	-1.17
24	138	4.60	116	3.86	-0.74
25	135	4.50	120	4.00	-0.50

4.2.1 Perhitungan kualitas jasa berdasarkan dimensi SERVQUAL

A. Kesenjangan (*Gap*) satu

Perhitungan rata-rata jawaban antara harapan pelanggan dengan kenyataan manajemen berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* yang terdiri atas *tangibels* (bukti fisik), *empathy* (Empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan). Dengan menggunakan table 4.3, persamaan 2.6 dan persamaan 2.7 maka nilai gap satu berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* didapatkan :

Tabel 4.6. Nilai rata-rata *gap* satu berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*

Dimensi Pernyataan	Nilai harapan pelayanan	Nilai kenyataan pelayanan	Nilai Gap Satu
<i>Tangibels</i> (Bukti Fisik)	4.58	3.39	-1.19
<i>Empathy</i>	4.52	3.40	-1.12

(Empati)			
<i>Reliability</i> (Keandalan)	4.63	3.81	0.82
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	4.50	3.46	-1.04
<i>Assurance</i> (Jaminan)	4.56	3.66	-0.90

B. Kesenjangan (*Gap*) dua

Perhitungan rata-rata jawaban antara kenyataan manajemen dengan harapan kualitas dalam sudut pandang pelanggan berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* yang terdiri atas *tangibels* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan). Berikut adalah hasil perhitungan nilai rata-rata kesenjangan (*gap*) dua berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* b menggunakan tabel 4.4, persamaan 4.6 dan persamaan 4.7 didapat :

Tabel 4.7. Nilai rata-rata *gap* dua berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*

Dimensi Pernyataan	Nilai harapan pelayanan	Nilai kenyataan Pelayanan	Nilai Gap dua
<i>Tangibels</i> (Bukti Fisik)	4.54	3.39	-1.15
<i>Empathy</i> (Empati)	4.55	3.40	-1.15
<i>Reliability</i> (Keandalan)	4.74	3.81	-0.93
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	4.65	3.46	-1.19

sambungan tabel 4.7

<i>Assurance</i> (Jaminan)	4.65	3.66	-0.99
----------------------------	------	------	-------

C. Kesenjangan (*Gap*) lima

Perhitungan rata-rata jawaban antara harapan pelanggan mengenai pelayanan jasa terhadap kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan

berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* yang terdiri atas *tangibels* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan). Berikut adalah hasil perhitungan nilai rata-rata Kesenjangan (*gap*) lima berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* dengan menggunakan tabel 4.5, persamaan 4.6 dan persamaan 4.7 didapat :

Tabel 4.8. Nilai rata-rata *gap* lima berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*

Dimensi Pernyataan	Nilai harapan pelayanan	Nilai kenyataan pelayanan	Nilai Gap lima
<i>Tangibels</i> (Bukti Fisik)	4.56	3.79	-0.77
<i>Empathy</i> (Empati)	4.52	3.61	-0.91
<i>Reliability</i> (Keandalan)	4.63	3.96	-0.67
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	4.5	3.64	-0.86
<i>Assurance</i> (Jaminan)	4.56	3.77	-0.79

4.3 Pembahasan

Pembahasan Kesenjangan (*gap*) dilakukan untuk melihat kesenjangan (*gap*) antara harapan dan kenyataan pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak Fakultas Teknik Jurusan Teknik Mesin tersebut. Kesenjangan (*gap*) bernilai (-) negatif berarti bahwa jasa yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan. Jika Kesenjangan (*gap*) mendekati nol maka semakin sedikit kesenjangan yang terjadi.

A. Pembahasan Kesenjangan (*Gap*) satu

Tabel 4.3. menunjukkan variabel pernyataan memiliki kesenjangan terbesar

pada dimensi *tangibels* pada pernyataan “keindahan fakultas”, dimensi *empathy*, memiliki kesenjangan terbesar pada pernyataan “pegawai fakultas melayani cepat dan sopan”, dimensi *reliability* kesenjangan terbesar pada pernyataan “dosen datang tepat waktu”, dimensi *responsiveness* kesenjangan terbesar pada pernyataan “apabila menerima masalah, fakultas siap menerima masukan”, dimensi *assurance* kesenjangan terbesar pada pernyataan “keterampilan dan pengetahuan banyak diterima di fakultas kampus”.

B. Pembahasan Gap dua

Tabel 4.4. menunjukkan variabel pada dimensi *tangibels* memiliki kesenjangan terbesar pada pernyataan “keindahan fakultas”, dimensi *empathy* memiliki kesenjangan terbesar pada pernyataan “pegawai fakultas melayani cepat dan sopan”, dimensi *reliability* kesenjangan terbesar pada pernyataan “dosen dapat diandalkan untuk memberikan pelajaran yang tepat” dan “dosen datang tepat waktu”, dimensi *responsiveness* kesenjangan terbesar pada pernyataan “prosedur layanan fakultas yang diterapkan mudah untuk dilaksanakan mahasiswa” dan dimensi *assurance* kesenjangan terbesar pada pernyataan “keterampilan dan pengetahuan banyak diterima di fakultas”.

C. Pembahasan Gap lima

Tabel 4.5. menunjukkan variabel pada dimensi *Tangibels* memiliki kesenjangan terbesar pada pernyataan “Ruangan kelas yang nyaman”, dimensi *empathy* memiliki kesenjangan terbesar pada pernyataan “Pegawai fakultas memberikan senyum saat melayani mahasiswa”, dimensi *reliability* kesenjangan terbesar pada pernyataan “dosen datang tepat waktu”, dimensi *responsiveness* kesenjangan terbesar pada pernyataan “karyawan fakultas tidak

pernah terlalu sibuk untuk merespon keluhan mahasiswa”, dan dimensi *assurance* kesenjangan terbesar pada pernyataan “Keamanan lingkungan fakultas”

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian pada 25 variabel yang bisa digunakan untuk mengukur kesenjangan kualitas jasa pendidikan tinggi berdasarkan lima dimensi *ServQual*, didapatkan :

1. Kesenjangan (*gap*) satu yaitu kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan manajemen didapatkan kesenjangan terbesar terdapat pada dimensi *tangibels*, dimensi *empathy*, dan pada dimensi *responsiveness*
2. Kesenjangan (*gap*) dua yaitu kesenjangan antara kenyataan manajemen dan harapan kualitas dari sudut pandang pelanggan yaitu alumni didapatkan kesenjangan terbesar pada dimensi *tangibels*, pada dimensi *empathy* dan pada dimensi *responsiveness*
3. Kesenjangan (*gap*) lima yaitu kesenjangan antara harapan pelayanan jasa terhadap kenyataan pelayanan yang diterima pelanggan) didapatkan kesenjangan terbesar pada dimensi *tangibels*, dimensi *empathy* dan pada dimensi *assurance*

5.2 Saran

Untuk jurusan :

1. Jurusan diharapkan memperhatikan variabel yang memiliki kesenjangan terbesar dan memperbaikinya menjadi lebih baik.
2. Meningkatkan kinerja agar kedepannya jurusan menjadi contoh untuk jurusan lain.

Untuk penelitian tugas akhir berikutnya :

1. Menguji ulang penelitian ini dengan metode yang lain agar dapat membandingkannya sehingga akan menjadi lebih baik kedepannya.
2. menambah ruang cakupan responden agar dapat memiliki hasil yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Aris, 2014. *Analisis Tingkat Mahasiswa Terhadap Layanan Portal Akademik Menggunakan Metode Servqual*. Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau.
- Astuti, H.J. 2007. *Analisa Kepuasan Konsumen (SERVQUAL MODEL dan Important Performance Analysis Model)*. Media Ekonomi, Vol. 7, No 1 pp. 6-12.
- Mangkunegara, A.P. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mathis, R.L. & Jackson, J.H. 2006. *Human Resource Management: Manajemen Sumber Daya Manusia*. Terjemahan Dian Angelia. Jakarta: Salemba Empat
- <http://investasiinfrastruktur.net/file/1336635742SISTEM%20RANTAI%20PASOK%20MATERIAL%20DAN%20PERALATAN.pdf> 10 Mei 2016
- http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/526/jbptunikompp-gdl-teguhmulya-26273-4-unikom_t-i.pdf 04 Mei 2016.
- Anonymous. *Kepuasan*. <https://ms.wikipedia.org/wiki/Kepuasan> 05 Maret 2017.